

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis di dalam era globalisasi saat ini sangat kompleks dan susah, akan tetapi menyediakan peluang bagi para pebisnis. Begitu pula untuk para pebisnis pertelevisian, saat ini pertelevisian harus pintar-pintar untuk membuat program acara yang harus bisa menarik para penonton untuk menyukai dan menontonnya karena untuk tetap berdiri dan kokoh di dunia pertelevisian yang saat ini persaingannya sangat ketat.

Perkembangan media komunikasi yang semakin pesat membuat konsumen dijejali dengan berbagai macam informasi produk dalam bentuk iklan. Menurut pakar komunikasi di Amerika, seseorang rata-rata setiap harinya setidaknya menerima 1500-an *exposure* iklan. Banyaknya iklan yang diterima menjadikan pelanggan atau pemirsa televisi tidak dapat memperhatikan iklan yang sedang tayang.

Selain pembuatan acara program yang bagus dan bermanfaat, untuk menunjang itu semua pihak televisi juga harus pintar untuk mencari iklan sebagai sumber dana dalam berdirinya di industri televisi. Hal ini juga tidak terlepas untuk menanamkan pesan-pesan ke benak calon konsumen tentang informasi suatu produk iklan. Dalam dunia iklan maka tidak akan terlepas dari orang-orang marketing yang didalamnya bertugas untuk pemrosesan pencarian iklan yang masuk dalam televisi.

Dalam dunia televisi, manajer marketing juga harus mengetahui aktifitas dari marketing yang sedang bertugas di luar kantor agar dapat lebih memudahkan dalam monitoring. Manajer marketing harus cermat dalam monitoring staf marketing supaya tidak terjadi hal-hal yang bisa merugikan televisi karena tidak menutup kemungkinan akan terjadi kerugian dalam proses ini serta untuk memproses data agar lebih teratur dan terperinci.

ADiTV adalah sebuah stasiun televisi lokal di Yogyakarta dengan siaran bernuansa Islam. Stasiun televisi yang dimiliki oleh Muhammadiyah ini bermarkas di Jl. Raya Tajem km 3 Sleman, Yogyakarta. Awalnya sebagai televisi komunitas yang dimiliki oleh Universitas Ahmad Dahlan, namun seiring perkembangan dimiliki oleh Muhammadiyah menjadi televisi lokal di Yogyakarta.

ADiTV diluncurkan pada tanggal 18 Juli 2009, bertepatan dengan pelaksanaan Muktammar Muhammadiyah 2009. ADiTV sendiri didirikan sebagai hasil amanat Muktammar Muhammadiyah pada tahun 1995. Dipilihnya Jogja sebagai basis ADiTV karena kota ini memiliki imej dan tempat yang khusus bagi Indonesia sebagai daerah istimewa. Dengan atmosfir pendidikan dan budaya yang masih kental, televisi ini dipastikan akan berkembang dengan baik ke depannya.

Peneliti mengambil kasus di ADiTV Yogyakarta karena di ADiTV tersebut belum mempunyai sistem untuk memonitoring aktifitas Staf Marketing yang sedang melakukan tugas keluar. Oleh karena itu Manajer Marketing ADiTV membutuhkan sebuah sistem informasi berisi tentang semua aktifitas yang dilakukan Staf Marketing berupa deal antar Marketing dan pihak luar, estimasi dana, kontrak, kategori perusahaan, identitas perusahaan, identitas marketing dan penambahan yang lainnya serta pemrosesan data agar lebih baik.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan maka dapat diperoleh rumusan masalah yaitu Bagaimana agar manajer marketing ADiTV dapat memajemen dan memonitoring aktifitas yang dilakukan oleh Staf Merketing dalam melaksanakan tugas dengan Sistem Informasi Manajemen Merketing Berbasis Web Studi Kasus Di ADiTV Yogyakarta ini.

1.3. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah supaya penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sistem yang dibuat merupakan inputan data aktifitas marketing yang ada di ADiTV.
2. Sistem ini berfungsi untuk memajemen data masukan dari staf merketing yang bertugas.
3. Sistem ini dapat memonitoring semua aktifitas dari staf marketing oleh manajer marketing ADiTV.
4. Sistem dibuat berbasis web interaktif untuk memudahkan Manajer Marketing dan Staf Marketing.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dengan sistem informasi ini adalah:

1. Untuk memberikan alternatif aplikasi sistem untuk manajemen data masukan dari Staf Marketing ADiTV.
2. Untuk memonitoring aktifitas yang dilakukan Staf Marketing ADiTV oleh Manajer Marketing ADiTV.
3. Agar Staf Marketing dapat berinteraksi langsung dengan Manajer Marketing terkait laporan marketing.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1) Bagi Pihak Televisi

Manfaat yang didapat bagi pihak televisi adalah dapat memonitoring kegiatan dan aktifitas karyawan khususnya pada bagian marketing.

2) Bagi Manajer Marketing

Manfaat yang didapat bagi Manajer Marketing adalah menjadikan sistem ini sebagai pengolahan data masukan dan memonitoring aktifitas yang dilakukan oleh Staf Marketing yang bertugas.

3) Bagi Staf Marketing

Manfaat yang diperoleh bagi Staf Marketing adalah data dan kesimpulan dari aktifitas tugasnya dapat langsung dikirim ke Manajer melalui sistem ini.

4) Bagi Penulis

Manfaat yang di dapat bagi penulis yaitu dapat mengetahui tentang manajemen data prosesan serta alur dari Staf Marketing ke Manajer Marketing.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi ini.

Sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini mendeskripsikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan manfaat dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian, perancangan dan pembuatan sistem.

BAB III METODE PENELITIAN

Menguraikan gambaran objek penelitian, analisis semua permasalahan, rancangan sistem baik secara umum maupun spesifik.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Memaparkan dari hasil-hasil tahapan penelitian , mulai dari analisis, desain, hasil testing dan implementasinya.

BAB V PENUTUP

Menguraikan kesimpulan dari penelitian dan saran-saran sebagai bahan pertimbangan selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN